

Inhaltsverzeichnis:

0 Industrielle Kommunikation als unternehmerische Aufgabe	13
<i>Einleitungsreferat von Dr. Dankwart Rost</i>	
1 Neuere wahrnehmungstheoretische und verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse der Kommunikation und ihre Transformation in Medien	19
<i>Moderation: Claus Hinrich Casdorff</i>	
10 Werbung mit Emotionen. Neuere Ergebnisse eines Forschungsprogramms	19
<i>Prof. Dr. Werner Kroeber-Riel</i>	
11 Neuere Erkenntnisse über das Verhalten in (Verkaufs-) Verhandlungen	25
<i>Max Meier-Maletz</i>	
12 Neuere Erkenntnisse der Farbentheorie als Basis der industriellen Kommunikationspraxis	31
<i>Harald Küppers</i>	
13 Neuere Erkenntnisse der Wahrnehmungs- und Gedächtnisforschung im optischen und akustischen Bereich	39
<i>Prof. Dr. Karl-Heinz Plattig</i>	
2 Neuere Entwicklungen und Tendenzen der Marketing-Kommunikationspraxis	53
<i>Moderation: Wolfgang K. A. Disch</i>	
20 Entwicklungslinien der Marketingkommunikation im Investitionsgüterbereich	53
<i>Tendenzbericht: Wolf D. Voltmer</i>	
21 Aufgaben der Werbeagenturen sowie der Werbe- und Unternehmensberater im Investitionsgütermarketing	59
<i>Thesen und Gegenthesen im Streitgespräch, vertreten durch Klaus R. Schulz, Hermann Seelmann, Prof. Dr. Karl-Heinz Strothmann und Helmut Weiske</i>	
<i>Leitung: Wolfgang K. A. Disch</i>	
22 Marketingplanung, Zielgruppenplanung und Mediaplanung im Investitionsgüterbereich	69
<i>Einleitungsreferat: Harry Damrow</i>	
<i>Podiumsdiskussion mit Harry Damrow, Heinz Fischer, Attila Kopácsy, Horst Kraus, Karl Heinz Reinl und Richard Stolz</i>	
<i>Leitung: Heinz Kernebeck</i>	
3 Aktuelle Fragen der Öffentlichkeitsarbeit als Unternehmensaufgabe	83
<i>Einführung und Moderation: Ernst Bäumler</i>	
30 Das Image der Unternehmungen in der Bundesrepublik Deutschland im Spiegel von Untersuchungsergebnissen seit Beginn der 70er Jahre	85
<i>Bruno Kalusche</i>	
31 Öffentlichkeitsarbeit als Unternehmensaufgabe in einer sich wandelnden Umwelt	89
<i>Podiumsdiskussion mit Prof. Dr. Reinhold Bergler, Martin Dürbaum, Klaus-Jürgen Hoffie MdB, Prof. Hildegard Hoffmann-Vogels, Dr. Hans J. Langmann und Dieter Fertsch-Röver</i>	
<i>Leitung: Diether Stolze</i>	

4 Künftige Entwicklungen der Kommunikation	101
<i>Moderation: Prof. Dr. Udo Hielscher</i>	
40 Kommunikation im Spannungsfeld Unternehmen und Gesellschaft: Was bieten Sozialbilanzen?	101
<i>Diskussion mit Prof. Dr. Meinolf Dierkes, Dr. Heinz Markmann und Johannes Welbergen</i>	
41 Künftige Entwicklungen der Kommunikation sowie ihre gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen	113
<i>Grundsatzreferat: Dr. Volker Hauff MdB</i>	
<i>Podiumsdiskussion mit Dr. Volker Hauff MdB, Prof. Dr. Adalbert Podlech, Dietrich H. Ratzke und Prof. Dr. Wolfgang Kaiser</i>	
<i>Leitung: Werner Hess</i>	
5 Beiträge mit spezieller Fragestellung	131
50 Strukturen und Tendenzen industrieller Kommunikation im internationalen Bereich. Know-how-Austausch und Kooperation Ost-West sowie mit Entwicklungsländern	131
<i>Podiumsdiskussion mit Dr. Hans Albers, Dr. Helmut Engels, Dr. Bacharuddin J. Habibie, Josef Kuzba und Mohyi Eldin Shams</i>	
<i>Leitung: Dr. Hansgeorg Kanno</i>	
51 Kommunikation und Design	141
<i>Round-Table-Diskussion mit Friedrich Draeger, Herbert Ohl, Dieter Rams, Bodo Rieger und Hans-Jürgen Übermuth</i>	
<i>Leitung: Eckhard Neumann</i>	
52 Möglichkeiten der industriellen Kommunikation per Direct Mail im Verbund	153
<i>Workshop unter der Leitung von Horst R. Becker, Karl W. Dollinger, Heinz Fischer und Reinhold Kuchenmeister</i>	
<i>Moderation: Ralph Schneider</i>	
53 Die „Züchtung“ wirkungsvoller Anzeigen mit den Mitteln einer einfachen Wirkungskontrolle. Fallstudie aus der Investitionsgüterindustrie	165
<i>Werner Zieten</i>	
54 Werkzeitschriften und Werkzeitungen als Instrumente der internen und externen Kommunikation	173
<i>– Interne Kommunikation. Möglichkeiten und Probleme der innerbetrieblichen Information, insbesondere durch Werkzeitschriften</i>	
<i>Heiko Philipp</i>	
<i>Externe Kommunikation durch Nachbarschaftszeitungen</i>	
<i>Hugo Jung</i>	
55 Der Informationsbedarf der Industrie und die Vorstellungen des Programms der Bundes- regierung zur Förderung der Information und Dokumentation (IuD-Programm)	183
<i>Grundsatzreferat: Dr. Peter Krause</i>	
<i>Koreferate: Dr. Hans Großmann und Robert Harth</i>	
56 Die Zukunft von Messen und Ausstellungen. Konzeption und Kommunikationsfähigkeit bei Messen und Ausstellungen	195
<i>Referate: Peter M. Gromodka und Karl-Heinz Wismer</i>	
57 Audiovisuelle Informationssysteme im Überblick	201
<i>Rolf G. Lehmann</i>	
6 Verzeichnis der Referenten sowie der das Symposium fördernden Personen, Institutionen und Unternehmungen	205